

KIK  
A 184/01  
Pur  
P

**PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP FUNGSI  
PEMASARAN DALAM RANGKA MENDUKUNG  
PENCAPAIAN EFEKTIVITAS PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PADA HOTEL SANTIKA SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**DIAJUKAN OLEH :**  
**KRISTANTI PURNAMASARI**  
**No Pokok : 049510751 E**

**KEPADA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**  
**2001**

# SKRIPSI

## PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP FUNGSI PEMASARAN DALAM RANGKA MENDUKUNG PENCAPAIAN EFEKTIVITAS PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA HOTEL SANTIKA SURABAYA)

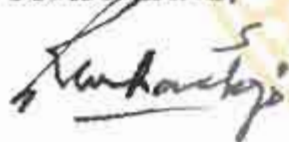
DIAJUKAN OLEH :

KRISTANTI PURNAMASARI

No Pokok : 049510751 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



DR. PARWOTO WIGNJOHARTOJO, AK

TANGGAL 25 - 7 - 2001

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. ARSONO LAKSMANA, AK

TANGGAL 26 - 7 - 2001

SURABAYA, 7 - 7 - 2001

SKRIPSI SUDAH SELESAIDAN SIAP DIUJIKAN

DOSEN PEMBIMBING



DR. PARWOTO WIGNIOHARTOJO, AK

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah perusahaan melakukan pemeriksaan manajemen terhadap fungsi pemasarannya dalam rangka mendukung pencapaian efektivitas perusahaan. Sehubungan dengan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan pemeriksaan manajemen terhadap fungsi pemasaran dalam rangka pencapaian efektivitas perusahaan.

Sejalan dengan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus. Untuk pengumpulan datanya dilakukan melalui wawancara dengan staf atau karyawan perusahaan terkait, observasi langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan dan telaah dokumen maupun catatan tertulis (dokumentasi) yang ada pada perusahaan.

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam kurun waktu dua tahun (1999-2000) sudah berlangsung secara efektif. Selain itu pengendalian manajemen yang dilakukan perusahaan juga sudah berjalan dengan cukup baik. Namun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan pemasarannya masih mengalami kekurangan-kekurangan seperti belum tersedianya fasilitas pelatihan bagi para karyawan dan belum adanya penetapan tujuan atau standar yang jelas untuk mengevaluasi kepuasan *customer*. Berdasarkan temuan-temuan tersebut maka diajukan saran-saran sebagai berikut yaitu pihak manajemen hendaknya meningkatkan program pelatihan yang memadai bagi karyawannya secara konsisten dan menggunakan cara alternatif untuk memantau kepuasan customernya, misalnya dengan menggunakan *suggestion box*, *hotline* atau langsung menelepon beberapa *customer* untuk menanyakan pengalaman terakhir mereka menginap di hotel.